

Février 2014 - N° 122

Les P'tits Curieux



450 familles donnent leur avis sur le guide les P'tits Curieux et décrivent leurs sorties en famille

Jouer aux petits explorateurs à Romorantin, découvrir les secrets de Chambord avec Cassandre, rechercher le fantôme de Villesavin, se transformer en détective dans les rues de Vendôme ou récolter des raisins au domaine du Vieil Orme à Saint-Julien-de-Chédon... Voici quelques-unes des idées de sorties et d'activités proposées par le **guide famille 2013 « Les P'tits Curieux »** édité par l'Agence de Développement Touristique Loir-et-Cher - Cœur Val de Loire.

Comment les familles perçoivent-elles ce guide ? Quels types de sorties privilégient-elles ? Les sites touristiques et les supports de visite proposés répondent-ils à leurs attentes ? Afin de mieux cerner les besoins des familles, une enquête a été menée pendant les vacances de la Toussaint 2013 dans quelques sites touristiques du département appartenant au réseau « Les P'tits Curieux ». **457 réponses ont été recueillies.** Elles apportent un premier éclairage sur les attentes de cette clientèle et permettent de mesurer sa satisfaction dans ce domaine.

Le retour des familles sur le guide est très bon. Il est jugé très attractif par 96 % des personnes interrogées et obtient la

note moyenne de 8,3 sur 10. Mais il semble **encore peu connu** (une famille sur cinq en avait déjà entendu parler) **même des habitants de la région Centre.**

Se retrouver en famille et partager une activité ensemble. Les vacances et les loisirs apparaissent pour les ¾ des personnes interrogées, comme un moment d'échange et de partage.

Le produit « famille » séduit. Les familles privilégient d'une manière générale les prestations qui leur sont adaptées. Elles ont apprécié l'offre proposée en Loir-et-Cher et aux environs en matière de sites et d'activités touristiques (83 % sont satisfaites) ou d'hébergement (72 %).

Les familles cherchent à se retrouver et partager une activité ensemble

Selon les répondants, **les visites et les supports destinés aux familles doivent être ludiques, enrichissants et variés.** Les parents sont sensibles au contenu pédagogique mais les notions d'amusement doivent être privilégiées. A l'heure du tout numérique, **les supports papier ont encore la cote** auprès des familles interrogées car 85 % déclarent les conserver pour alimenter notamment les cahiers de vacances des enfants.

Méthodologie

Une enquête « en face à face » a été conduite pendant les vacances de la Toussaint (entre le lundi 21 octobre et le jeudi 31 octobre 2013) et le jour férié du 11 novembre dans 6 sites majeurs du département¹. L'objectif était de mieux cerner les attentes de la clientèle famille française et francophone et de mesurer le degré d'appréciation du guide « Les P'tits Curieux » mis en place par l'Agence de Développement Touristique Loir-et-Cher - Cœur Val de Loire il y a maintenant 8 ans. Ce dispositif a été complété par la diffusion de questionnaires auto-administrés dans 80 sites et hébergements appartenant au réseau « Les P'tits Curieux » (monuments, musées, activités de loisirs, hébergements...) et dans les offices de tourisme, prescripteurs de la démarche.

410 réponses ont été collectées en face à face auprès de familles (avec enfant(s)) rencontrées au hasard sur les sites touristiques sélectionnés et 47 sur le mode auto-administré, soit 457 questionnaires exploitables au total.

L'ADT et l'Observatoire remercient vivement les prestataires touristiques sollicités dans le cadre de cette opération.

¹ Château de Chambord, ZooParc de Beauval à Saint-Aignan, Blois (Château royal et Maison de la Magie), Château de Cheverny, Center Parcs à Chaumont-sur-Tharonne et Château de Beauregard à Cellettes.

LES SORTIES EN FAMILLE

Se retrouver en famille

> La quasi-totalité des familles interrogées privilégie en général, lors de leurs vacances, des sites ou des activités touristiques qui leur sont adaptés. Cette pratique varie en fonction de l'âge des enfants.

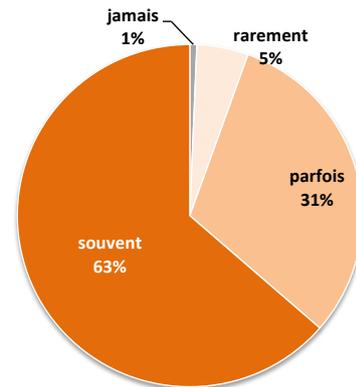
> **Partager une activité ensemble**, voilà la **première motivation des familles** quand elles choisissent une sortie. Cette notion est jugée très importante dans plus de 7 cas sur 10.

> Elles sont aussi très nombreuses à souhaiter que ces activités comportent des concepts d'apprentissage ou de divertissement (qualifiés de très importants dans 4 cas sur 10).

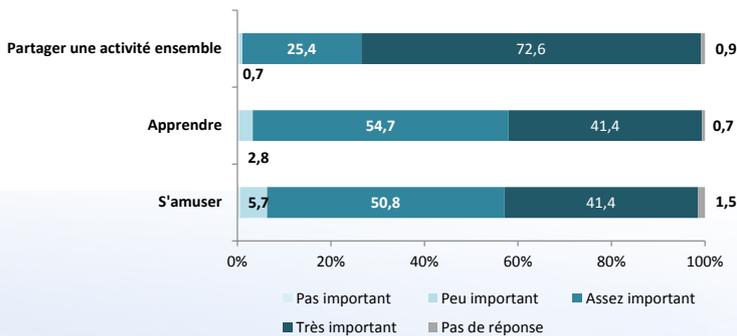
Suivant le lieu et les activités pratiquées, les attentes diffèrent. Les familles interrogées lors de notre enquête dans un site de loisir ont été très sensibles au caractère ludique de la sortie, jugé très important par 48 % d'entre-elles contre 38 % pour les personnes interrogées dans un château ou un monument.

> Les sites proposant des parcours adaptés aux enfants semblent séduire la clientèle familiale. **73 % des personnes interrogées affirment avoir déjà opté pour ce type de concept.**

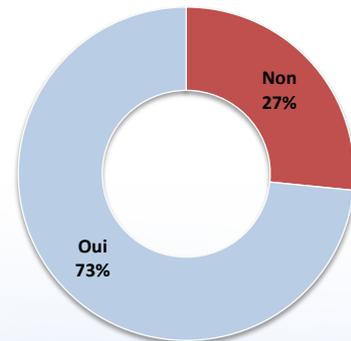
PRIVILÉGIEZ-VOUS DES SITES OU ACTIVITÉS TOURISTIQUES ADAPTÉS AUX FAMILLES AVEC ENFANTS ?



AU MOMENT DE CHOISIR UNE SORTIE EN FAMILLE, LES CRITÈRES SUIVANTS SONT-ILS POUR VOUS IMPORTANTS ?



LORS DE VOS PRÉCÉDENTES VACANCES FAMILIALES, AVEZ-VOUS DÉJÀ VISITÉ DES SITES PROPOSANT UN PARCOURS ADAPTÉ AUX ENFANTS ?



VOTRE AVIS NOUS INTÉRESSE

Une famille sur cinq connaissait les P'tits Curieux

> Seuls **19 %** des visiteurs interrogés **avaient déjà entendu parler des « P'tits Curieux »** : 8 % dans un office de tourisme, 6 % dans un site touristique ou dans un hébergement partenaire de l'opération et 3 % sur le site Internet dédié.

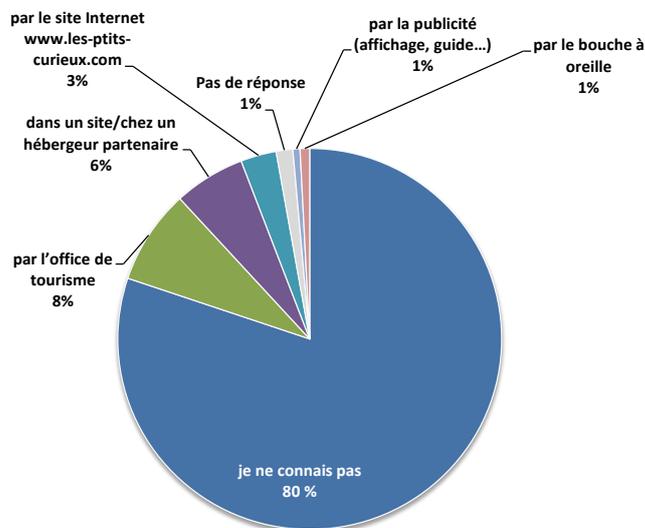
> Cette proportion est légèrement supérieure pour les familles originaires du Centre (22 %) mais sensiblement la même pour les Franciliens (19 %). Rappelons qu'une campagne d'affichage « Les P'tits Curieux » a été réalisée dans le métro parisien en 2012 et 2013.

Les visites adaptées aux familles proposées en Loir-et-Cher très appréciées

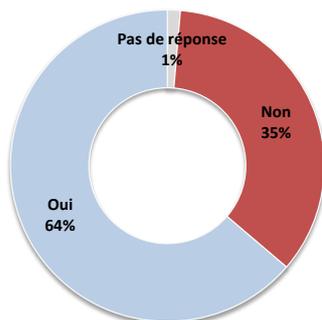
> Près des deux-tiers des familles ont déclaré avoir effectué une ou plusieurs visites adaptées aux familles lors de leur séjour au Cœur Val de Loire. **Celles-ci ont été très largement appréciées** et ont répondu aux attentes de 83 % des répondants.

> Parmi les familles résidant au moins une nuit dans la région, les **3/4** ont déclaré séjourner **dans un hébergement adapté à l'accueil des familles**. Ce dernier répondait massivement à leurs attentes.

COMMENT AVEZ-VOUS CONNU LES OFFRES « LES P'TITS CURIEUX » ?



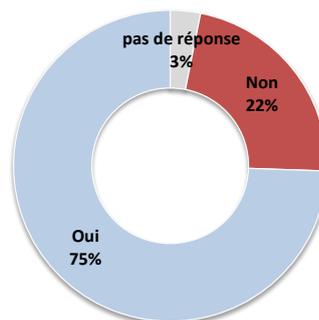
LORS DE VOTRE SÉJOUR, AVEZ-VOUS EFFECTUÉ UNE/DES VISITE(S) ADAPTÉ(ES) AUX FAMILLES ?



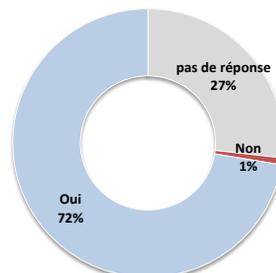
SI OUI, CETTE(CES) VISITE(S) A-T-ELLE/ONT-ELLES RÉPONDU À VOS ATTENTES ?



SÉJOURNEZ-VOUS DANS UN HÉBERGEMENT ADAPTÉ AUX FAMILLES (CHAMBRES FAMILIALES, MATÉRIEL DE PUÉRICULTURE...)?



SI OUI, CETTE(CES) VISITE(S) A-T-ELLE/ONT-ELLES RÉPONDU À VOS ATTENTES ?



VOUS CONNAISSEZ OU DÉCOUVREZ LE GUIDE LES P'TITS CURIEUX...

Un très bon retour des familles sur le guide

> Les familles interrogées sont dans l'ensemble **très satisfaites du guide** qu'elles jugent à **96 % attractif**. Les commentaires positifs le soulignent : « de belles photos ; l'indication des tranches d'âge des enfants sur les offres est très importante pour bien choisir » ; « le guide est coloré et sympa » ; « très clair, bien détaillé, assez ludique » ; « On a trouvé ce que l'on cherchait »...

> Le guide semble être un support de communication apprécié. 95 % des répondants jugent les prestations suffisamment détaillées et la note sur 10 attribuée au document est élevée : **8,3 en moyenne**.

> Le « détail des prestations » et la « variété/diversité des activités proposées » apparaissent comme les items les plus intéressants pour les personnes interrogées. Viennent ensuite le « jeu proposé » et « l'association activités-hébergements ». Notons que la proportion de répondants très intéressés par le jeu augmente légèrement avec l'âge de l'enfant et sa maîtrise de la lecture (+ 3,5 points).

Des améliorations possibles pour 5 % des répondants

> Invitées à préciser leurs remarques aux enquêteurs, 25 familles ont proposé néanmoins **quelques améliorations** concernant :

- **le détail des prestations présentées** « actualiser les animations en fonction des dates de séjour », « davantage de détails sur la carte », « placer la carte dès la première page » ;

- la **forme visuelle du document**, notamment la première de **couverture** « extérieur fade, mettre en avant la famille », « couverture peu flatteuse », « pas accrocheuse » et **les figurines dessinées** « des dessins plus actuels », « faites les dessins moins bébé ». *Soulignons ici que la couleur et le visuel de la couverture sont modifiés tous les ans.*

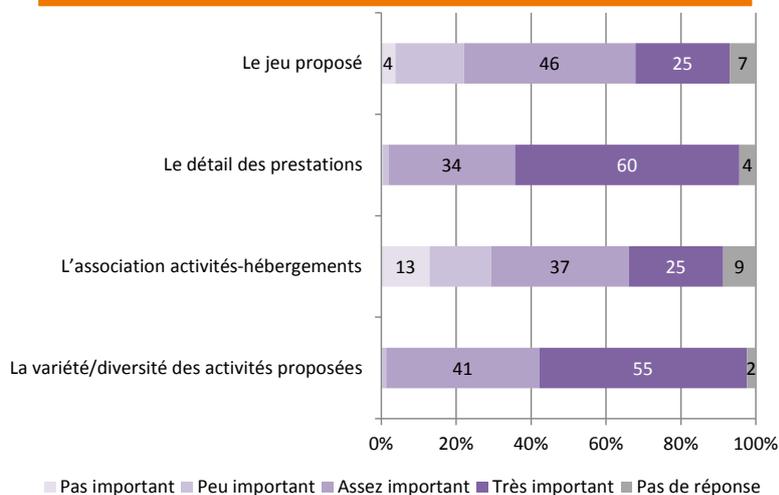
Quelques familles ont souhaité aussi rendre **le guide encore plus ludique** : « ajouter des jeux dans le guide à l'exemple du jeu des 7 erreurs pour qu'il soit plus amusant » ; « ajouter des pages de jeux » ; « Les petits enfants ne savent pas lire les questions. Prévoir d'autres jeux ».

Enfin, certaines ont souligné **le manque de visibilité des guides sur les sites concernés** : « Les guides ne sont pas assez mis en avant pour le public (améliorer la disposition) » ; « Le guide n'était pas mis en valeur à l'Office de Tourisme ou pas proposé ».

Quelques manques ont été pointés : « ajouter les restaurants » ; « une fourchette de tarifs pour les hébergements » « des notes ou repères historiques à destination des adultes » ; « un flash code pour aller sur les sites de visite » ; « une rubrique à part pour les tout-petits » ; « indiquer les parkings à proximité » ; « Préciser si il faut réserver ou non »...



QU'EST-CE QUI VOUS INTÉRESSE LE PLUS DANS CE GUIDE ?



Méthodologie

Au cours de l'enquête «en face à face», l'enquêteur remettait le guide à la personne interrogée lui permettant de le parcourir afin de recueillir ses remarques et son niveau de satisfaction.



LES VISITES ET LES SUPPORTS DE VISITES DESTINÉS AUX FAMILLES

Les visites doivent être ludiques, les supports variés

> A l'heure du tout numérique, **les supports papier ont encore la cote** auprès des familles interrogées (plus de 3 réponses sur 10). Elles (ou leurs enfants) sont d'ailleurs **85 % à déclarer les conserver** précieusement après les visites : « C'est très important pour l'école, notre enfant montrera à la maîtresse ce qu'il a fait pendant ses vacances » ; « important pour le cahier de vacances des enfants » ou « pour illustrer notre album souvenirs ».

> Les **technologies numériques** ne sont toutefois pas absentes. Elles sont **plébiscitées par 1 famille sur 5**.

> Les ateliers participatifs en famille et les visites guidées sont également prisés et rassemblent respectivement 20 % et 18 % des réponses.

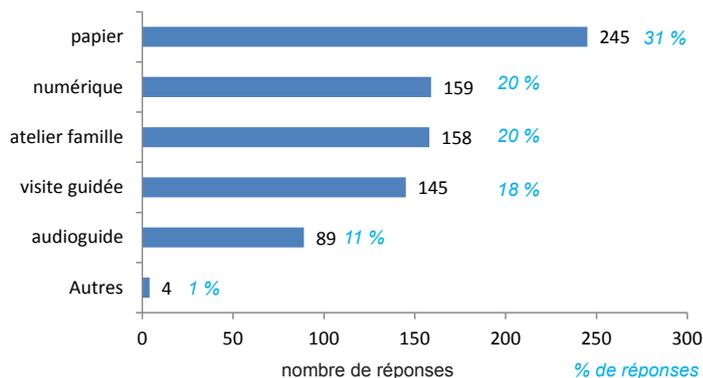
> Une attention particulière doit être portée sur la durée de la visite qui ne doit pas être trop longue pour répondre à la capacité de concentration des plus petits comme le souligne certains répondants « Les visites familiales sont souvent trop longues par rapport aux autres visites » « Les questionnaires jeu remis sont parfois trop complexes, un crayon devrait être fourni avec le document ».

Les 7-12 ans, le coeur de cible

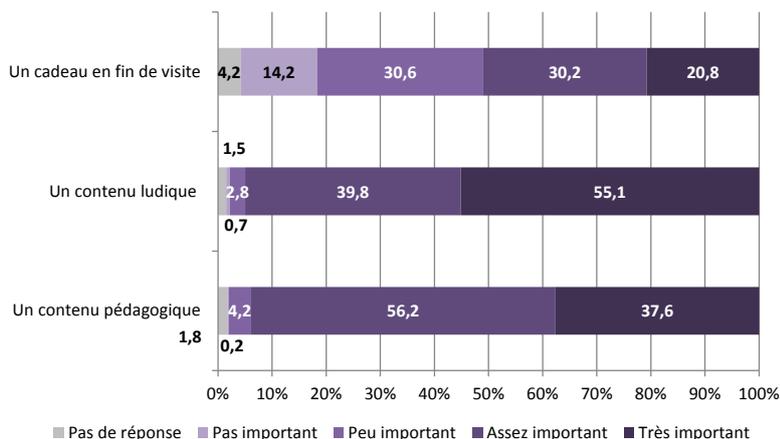
> Les familles semblent plébisciter un support de visite adapté à chaque tranche d'âge mais plus encore pour les **7 à 12 ans** (88 % de réponses positives).

> Chacun doit y trouver son compte tout en restant ensemble. Les activités ou les supports proposés aux enfants doivent **en premier lieu être ludiques et divertissants** (cette notion est jugée très importante dans 5 cas sur 10) mais aussi enrichissants avec un contenu pédagogique. **Le cadeau de fin de visite** apparaît comme un vrai plus **1 fois sur 5** seulement.

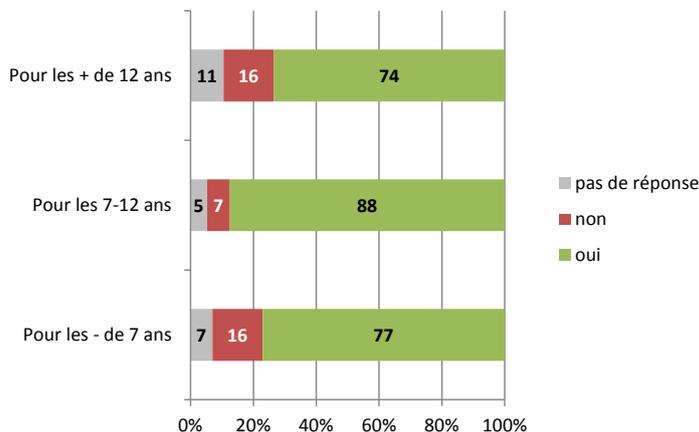
SELON VOUS QUELS TYPES DE SUPPORTS FAUT-IL PRIVILÉGIER POUR SENSIBILISER LES ENFANTS ?



SELON VOUS QUE DOIVENT PRIVILÉGIER LES VISITES ET LES SUPPORTS DESTINÉS AUX FAMILLES ?



LES FAMILLES COMPTENT BIEN SOUVENT DES ENFANTS D'ÂGES DIFFÉRENTS ; FAUT-IL PRÉVOIR DES VISITES/SUPPORTS DE VISITE ADAPTÉS AUX DIFFÉRENTES TRANCHES D'ÂGE SUIVANTES ?

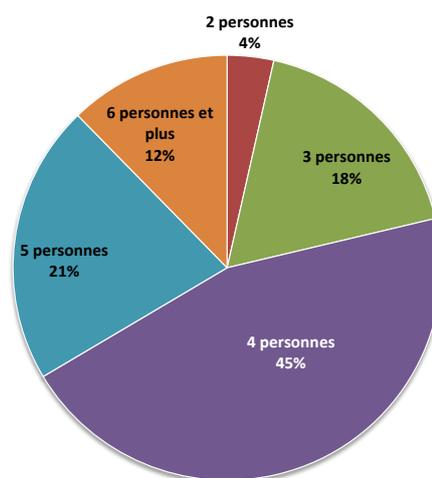


PROFIL DES RÉPONDANTS

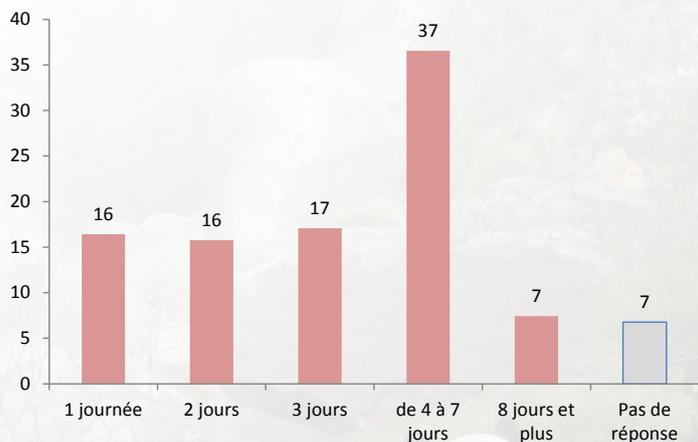
Rappel : enquête réalisée pendant les vacances de la Toussaint auprès de la clientèle famille française et francophone.

- > C'est un premier séjour en famille au Coeur Val de Loire pour 4 répondants sur 10.
- > Près de 4 familles sur 10 originaires d'Ile-de-France, 1 sur 5 de la région Centre (9 % du Loir-et-Cher).
- > 4,3 membres en moyenne composent la famille.
- > 16 % sont des excursionnistes.
- > 3 touristes sur 10 ont choisi d'être hébergés à l'hôtel ; 18 % dans un hébergement non marchand.

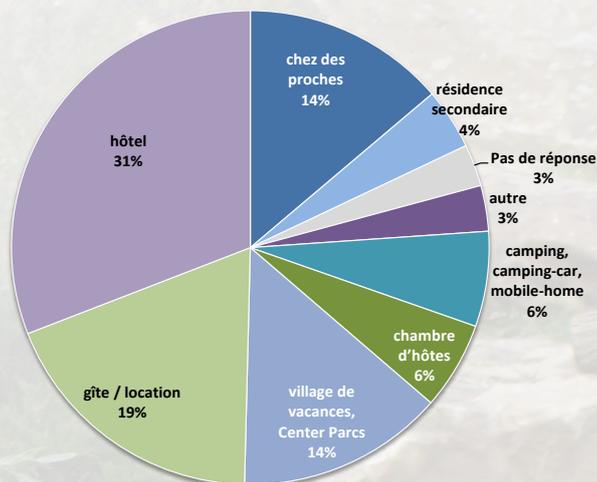
RÉPARTITION DES FAMILLES AYANT RÉPONDU À L'ENQUÊTE SELON LE NOMBRE DE MEMBRES (EN %)



RÉPARTITION DES FAMILLES AYANT RÉPONDU À L'ENQUÊTE SELON LEUR DURÉE DE SÉJOUR (EN %)



RÉPARTITION DES FAMILLES AYANT RÉPONDU À L'ENQUÊTE SELON LEUR MODE D'HÉBERGEMENT



Précisons que pendant les Vacances de la Toussaint, un seul camping était ouvert en Loir-et-Cher.

Réalisé en partenariat avec l'Agence de Développement Touristique Loir-et-Cher - Cœur Val de Loire avec le concours financier du Conseil Général de Loir-et-Cher

Directeur de la publication : Alain QUILLOUT

Dépôt légal à parution - ISSN 2267-5159

Tirage : publication électronique

Crédit Photos : Agence de Développement Touristique Loir-et-Cher – Cœur Val de Loire et Observatoire

Observatoire de l'Economie et des Territoires de Loir-et-Cher - 34 avenue Maunoury - 41000 BLOIS

Tél : 02.54.42.39.72 • Fax : 02.54.42.42.02 • www.pilote41.fr • E-mail : infos@observatoire41.com



L'Agence de Développement Touristique Loir-et-Cher – Cœur Val de Loire est missionnée et financée par le Conseil Général de Loir-et-Cher

